



THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

THE HEART TRUTH (La verdad acerca del corazón) INFORMACIÓN DE LA CAMPAÑA

***The Heart Truth:* Las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres**

Uno de los mensajes más importantes de la campaña *The Heart Truth* es informar a las mujeres que una de cada cuatro mujeres estadounidenses muere de enfermedades del corazón, y la mayoría no relaciona los factores de riesgo—como la hipertensión y el colesterol alto—con su propio riesgo de desarrollar enfermedades del corazón.

***The Heart Truth Campaign:* Mensajes serios acerca de la salud del corazón de las mujeres**

The Heart Truth es una campaña nacional de toma de conciencia dirigida a las mujeres, que se concentra en las enfermedades del corazón y es patrocinada por el National Heart, Lung, and Blood Institute (NHLBI), que forma parte de los National Institutes of Health, Department of Health and Human Services (DHHS) de los Estados Unidos. A través de esta campaña, el NHLBI lidera un movimiento de concientización histórico en todo el país sobre la salud del corazón. Millones de personas han adoptado este movimiento con el objetivo de mejorar la salud del corazón para todas las mujeres.

La campaña *The Heart Truth* advierte a las mujeres acerca de las enfermedades del corazón y les brinda materiales educativos para ayudarlas a tomar medidas contra sus factores de riesgo. Está dirigida principalmente a las mujeres de entre 40 y 60 años de edad, dado que es el momento en el cual el riesgo de padecer la enfermedad del corazón comienza a aumentar. Sin embargo, nunca es demasiado temprano—ni demasiado tarde—para tomar medidas a fin de prevenir y controlar los factores de riesgo, puesto que las enfermedades del corazón se desarrollan con el tiempo y pueden comenzar a una edad muy temprana; incluso en la adolescencia.

El mensaje de la campaña va acompañado por un elemento visual fascinante, el Vestido Rojo, creado para advertir a las mujeres acerca de que las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre ellas. *The Heart Truth* creó y presentó el Vestido Rojo como el símbolo nacional para las mujeres y la concientización sobre las enfermedades del corazón en el año 2002 a fin de diseminar un mensaje de alerta a las mujeres estadounidenses. El Vestido Rojo les recuerda a las mujeres que deben proteger su salud cardíaca y las inspira a tomar medidas para ello.

Entre los socios de *The Heart Truth* se encuentran: The Office on Women's Health, DHHS; WomenHeart: la National Coalition for Women with Heart Disease; la American Heart Association y otras organizaciones dedicadas a la salud y el bienestar de la mujer.





Women &
Heart Disease



THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

Antecedentes de la campaña

La campaña *The Heart Truth* comenzó en respuesta a las recomendaciones de más de 70 expertos en la salud femenina que se reunieron en marzo de 2001 a fin de elaborar un plan de acción nacional para reducir el índice de fallecimiento debido a las enfermedades del corazón entre las mujeres estadounidenses. La campaña fue desarrollada con aportes de las organizaciones asociadas y grupos de discusiones con mujeres implementados en todo el país. Esta investigación reveló que la mayor parte de las mujeres subestiman su propio riesgo y no comprenden plenamente el impacto devastador que tienen las enfermedades del corazón sobre su vida y su familia. La investigación apoyó la necesidad urgente de informar a las mujeres acerca de su riesgo de padecer de enfermedades del corazón y acerca de cómo disminuirlo.

¿Qué tiene que ver todo esto con un Vestido Rojo?

El Vestido Rojo fue diseñado para generar una toma de conciencia con respecto al hecho de que las mujeres corren el riesgo de padecer de enfermedades del corazón, y motivarlas a tomar medidas para reducir este riesgo. El concepto creativo del Vestido Rojo comprobó ser de utilidad con diversas mujeres, quienes citaron la capacidad de este símbolo para captar la atención, expresar la gravedad de las enfermedades del corazón y cambiar la percepción de que es un problema únicamente de hombres.

El símbolo vincula el enfoque que una mujer hace de su "ser exterior" con la necesidad de enfocarse también en su "ser interior", especialmente en su salud cardíaca. El Vestido Rojo sirve como una alerta roja para transmitir el mensaje de que "a las enfermedades del corazón no les importa cómo te vistas: son la principal causa de muerte entre mujeres".

Con la intención de promover este símbolo, *The Heart Truth* forjó una colaboración innovadora entre el gobierno federal y la industria de la moda; una industria intrínsecamente asociada con la audiencia femenina. Como resultado de esta asociación, los líderes de la moda -incluidos los principales diseñadores, modelos y celebridades- han demostrado su apoyo al tema de las mujeres y las enfermedades del corazón al participar en las Colecciones de Vestidos Rojos de *The Heart Truth* durante la Semana de la moda en Nueva York que se celebra anualmente desde 2003.

The Heart Truth lanzó la primera Colección de Vestidos Rojos durante la Semana de la moda en Nueva York realizada en febrero de 2003, cuando 19 diseñadores—desde Vera Wang hasta Donna Karan, y Oscar de la Renta—contribuyeron con vestidos rojos para una sensacional exhibición bajo las carpas de Bryant Park. En febrero de 2004, la plataforma de la moda se amplió con la creación del primer National Wear Red Day (día nacional para vestir de rojo) anual y el debut, en el mismo día, de la Colección 2004 de Vestidos Rojos: un desfile de moda que presenta vestidos rojos de los más exclusivos diseñadores de la industria exhibidos por las principales modelos y celebridades de la industria.





Women &
Heart Disease



THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

La campaña volvió a ser el centro de atención en febrero del 2005, 2006, 2007 y nuevamente en el 2008 con un desfile de modas repleto de celebridades. Algunas de las estrellas más reconocidas a nivel mundial han desfilado por la pasarela para *The Heart Truth* vistiendo las colecciones de vestidos rojos, entre ellas: Thalia, Rita Moreno, Sara Ramírez, Sheryl Crow, Kelly Ripa, Venus Williams, Angela Bassett, Rachael Ray, Christie Brinkley, Vanessa Williams, Billie Jean King, la Duquesa de York Sarah Ferguson, Fergie, LeAnn Rimes, Christina Milian, Fergie, Eartha Kilt y Liza Minnelli.

Día Nacional de Vestir de Rojo

The Heart Truth, así como muchas personas y organizaciones celebran el National Wear Red Day (día Nacional de Vestir de Rojo) el primer viernes de febrero de cada año. En este día, los estadounidenses de todo el país se visten de color rojo para sumarse al movimiento nacional de alerta a las mujeres sobre su riesgo de padecer de enfermedades del corazón. Hombres y mujeres pueden participar poniéndose una blusa, vestido, pantalón o corbata de color roja o llevando el broche del Vestido Rojo.

Embajadores de la Campaña

The Heart Truth ha tenido el honor de obtener el apoyo de la ex primera dama, Laura Bush, y otras seis primeras damas que dedicaron su tiempo para ayudar a diseminar los mensajes de la campaña.

La señora Bush ha sido la embajadora nacional de la campaña entre 2003 y 2009 y *The Heart Truth* fue parte de su Women's Health and Wellness Initiative (Iniciativa para la salud y bienestar de la mujer), que lidera un esfuerzo del gobierno federal con el objetivo de alertar a la mujer sobre los riesgos de la enfermedad del corazón.

Entre sus actividades como embajadora, la Sra. Bush asistió al lanzamiento de la Colección de Vestidos Rojos de *The Heart Truth* realizado durante la Semana de la moda en Nueva York en febrero de 2003, y fue anfitriona del evento inicial del American Heart Month (mes estadounidense del corazón) en la Casa Blanca, en febrero de 2004. También asistió a las actividades de *The Heart Truth* realizadas durante la Semana de la moda en Nueva York en los años 2004, 2005 y 2007. Durante la Colección de Vestidos Rojos de 2008, la Sra. Bush abrió el show con unas palabras y salió a la pasarela junto a las celebridades al final del show. Como Embajadora Fundadora, la Sra. Bush celebra la contribución que hacen los líderes del movimiento de concientización de la enfermedad del corazón. En 2007, ella participó en dos mesas de discusión de *The Heart Truth* y en febrero de 2008, ella homenajeó, en la Casa Blanca, a la industria de la moda por su apoyo en diseminar información sobre la enfermedad del corazón en la mujer.

La campaña espera seguir recibiendo el continuo apoyo de las primeras damas norteamericanas en la lucha contra la enfermedad del corazón, la causa principal de muerte en las mujeres. Hasta el 31 de mayo de 2009 se podrán ver varios vestidos donados por las primeras damas a la

U.S. DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES ■ National Institutes of Health ■ National Heart, Lung, and Blood Institute





Women &
Heart Disease



THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

Colección de Vestidos Rojos de las Primeras Damas, ahora en su tercer año, en el Nacional First Ladies Museum en Canton, Ohio. La Colección de Vestidos Rojos de las Primeras Damas fue inaugurada en mayo de 2005 en una exhibición especial en el John F. Kennedy Center for Performing Arts en Washington, D.C., y fue presentada en 2007 en el Ronald Reagan Museum and Library en California. La colección exhibió vestidos rojos y trajes usados por siete de las primeras damas norteamericanas, incluyendo Laura Bush, Hillary Rodham Clinton, Barbara Bush, Nancy Reagan, Rosalynn Carter, Betty Ford, y Claudia (Lady Bird) Jonson.

Recursos y actividades de la campaña

La campaña ofrece una amplia variedad de recursos para ayudar a las personas y a las comunidades locales a comunicar información de *The Heart Truth*, entre ella:

- Materiales educativos para las mujeres a fin de que aprendan sobre las enfermedades del corazón y cómo reducir sus riesgos.
- El broche del Vestido Rojo, el símbolo nacional sobre la concientización de las mujeres acerca de las enfermedades del corazón
- Kit para oradores -un paquete de materiales para discursos- y otros materiales de promoción a fin de facilitar la comunicación del mensaje de *The Heart Truth* en las comunidades locales.
- Kit de materiales en el Internet que incluyen ideas y materiales para actividades a fin de ayudar a las personas y organizaciones a planificar sus propios eventos de *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*) durante todo el año.
- Registro de actividades en Internet que permite a las organizaciones compartir lo que han hecho y enterarse acerca de lo que otros grupos de toda la nación están haciendo para difundir *The Heart Truth* (*La verdad acerca del corazón*)
- Fotografías e historias conmovedoras de mujeres reales que cuentan cómo su padecimiento cardíaco les cambió la vida
- Publicidad nacional de servicio público (prensa, radio y televisión)
- Asociaciones con organizaciones nacionales sin fines de lucro reforzadas a nivel local para extender el alcance y el mensaje de la campaña
- Asociaciones con las principales organizaciones de mujeres latinas y afroamericanas, incluida la Association of Black Cardiologists, la revista *Essence*, la League of United Latin American Citizens, The Links, Inc., la National Black Nurses Association y la National Latina Health Network, así como también materiales de la campaña adaptados específicamente para mujeres latinas y afroamericanas
- Asociaciones corporativas para extender el alcance y mejorar la visibilidad del mensaje de la campaña *The Heart Truth*, incluyendo colaboraciones con Diet Coke, Johnson y Johnson, General Mills, Celestial Seasonings, Time, Inc. Women's Group, y Swarovski
- Programas comunitarios como el programa Single City, el programa Campeones de *The Heart Truth* y la exhibición ambulante de *The Heart Truth*, que extienden el alcance de los mensajes de *The Heart Truth* a las comunidades locales.



HEART DISEASE *doesn't* CARE WHAT YOU WEAR—IT'S THE #1 KILLER OF WOMEN



Women &
Heart Disease



THE RED DRESS IS THE NATIONAL SYMBOL FOR WOMEN AND HEART DISEASE AWARENESS

Logrando Cambios Positivos

The Heart Truth está progresando en la lucha contra las enfermedades del corazón en las mujeres. Las muertes por enfermedades del corazón en las mujeres disminuyó en 2006, y por primera vez, ha disminuido por siete años consecutivos, desde 1999 hasta 2006. Más mujeres están concientes de que las enfermedades del corazón son la principal causa de muerte entre las mujeres—solo un 34 por ciento de las mujeres sabia de esta información en el 2000 mientras que un 57 por ciento de las mujeres lo supo en el 2006.

Muchas más mujeres saben acerca del Vestido Rojo como símbolo nacional para las mujeres y las enfermedades del corazón—en 2008, más de la mitad de las mujeres reconoció al símbolo del Vestido Rojo como símbolo nacional de la enfermedad del corazón en la mujer. Más mujeres están viviendo una vida más larga y más sana, y menos mueren de enfermedades del corazón. Pero sigue habiendo retos y muchas mujeres siguen sin tomar las enfermedades del corazón como un tema serio y personal. La campaña *The Heart Truth* continuará creando conciencia entre las mujeres y las motivará a que tomen medidas para mejorar su salud cardíaca.

Para obtener más información o para acceder a fotografías e ilustraciones de la campaña *The Heart Truth*, visite www.hearttruth.gov.



U.S. DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES ■ National Institutes of Health ■ National Heart, Lung, and Blood Institute

The Heart Truth and Red Dress are trademarks of DHHS.